

# KMI 동향분석

VOL.222  
2026 MAY

발간년월 2026년 5월(통권 제222호) 주 소 49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동) 발행인 조경희  
감 수 육근형 발행처 한국해양수산개발원 자료문의 기획조정본부 성과홍보실 홈페이지 www.kmi.re.kr  
※ 이 보고서의 내용은 우리원의 공식적인 견해가 아닌 집필진의 견해입니다.

## 해수욕장은 여전히 '여름 관광지' 인가 : 빅데이터로 본 주요 해수욕장 이용행태 변화와 정책 과제\*

최일선 해양관광·문화연구실 부연구위원  
(ilsunchoi@kmi.re.kr/051-797-4727)

이슬기 해양관광·문화연구실장  
(sglee84@kmi.re.kr/051-797-4768)

김예림 해양관광·문화연구실 전문연구원  
(yelimkim@kmi.re.kr/051-797-4797)

황태건 해양관광·문화연구실 전문연구원  
(htk@kmi.re.kr/051-797-4784)

윤현호 NICE지니데이터 정책사업실장  
(hhyoon@nice.co.kr/02-3215-2830)

김용희 NICE지니데이터 데이터서비스실 팀장  
(yhkim@nice.co.kr/02-3215-2867)

우리나라 해수욕장 방문객 수 기준 동서·남해안을 대표하는 3대 해수욕장(경포·해운대·대천)을 대상으로 가명정보 기반 체류·소비 데이터를 분석한 결과, 해수욕장은 여전히 8월 성수기 방문객 집중이라는 전통적 특성을 유지하면서도, 이용 구조 전반에서는 연중형·다기능형 이용 구조로 전환되는 흐름이 확인되었다. 실제로 경포·해운대·대천 3대 해수욕장 모두 8월에 방문객이 정점을 형성하였으나, 5~6월 및 9~10월 방문객 규모가 동계 기간을 크게 상회하며, 해수욕장 이용이 여름철 공식 개장 시기에 한정되지 않고 봄·가을까지 확장되는 이용 패턴이 나타났다. 이는 기후 변화로 인한 야외활동 가능 기간 확대와 함께, 해양치유·해변 산책·서핑 등 친수 중심 비입수형 해양레저 수요 증가가 복합적으로 작용한 결과로 해석된다.

방문객의 체류 및 소비 행태는 계절과 관계없이 안정적인 구조를 보였다. 일별 1인당 체류시간은 경포 2.3~2.8시간, 해운대 3.2~4.0시간, 대천 3.6~5.0시간 수준으로 나타났으며, 특히 대천해수욕장은 비개장기에도 약 4시간 수준의 체류가 유지되어 성수기와 큰 차이를 보이지 않았다. 1회 평균 소비금액 또한 경포 약 5.5~6.9만 원, 해운대 약 6.2~6.8만 원, 대천 약 7.2~8.5만 원 수준으로 연중 안정적으로 형성되었다. 변동계수 분석에서도 방문객 수는 계절에 따라 변동하는 반면, 체류시간과 소비금액은 매우 낮은 변동성을 보여, 해수욕장의 경제적 성과는 단순 방문객 규모보다 체류시간과 소비 밀도 중심으로 형성되는 구조임이 확인되었다.

\* 본 연구는 과학기술정보통신부와 한국지능정보사회진흥원의 '2025년 빅데이터 플랫폼 및 센터 가명정보 활용 지원사업'을 통해 구축한 데이터를 분석한 결과임

개장 여부에 따른 이용 특성에서도 흥미로운 차이가 나타났다. 체류시간과 소비건수는 개장·비개장 시기 간 큰 차이가 없었으며, 일부 해수욕장에서는 비개장기 1인당 소비금액이 오히려 더 높게 나타나는 등 비성수기 소비의 질적 강화가 관찰되었다. 방문객 구성 측면에서 성별 차이는 크지 않았으나, 연령 및 가구유형에 따라 차이가 나타났다. 개장기에는 자녀동반 가족과 20~40대 중심의 활동형 수요가 증가하는 반면, 비개장기에는 50대 이상 중시니어층 및 중년 가구 비중이 확대되며, 해수욕장 이용이 시기별로 상이한 수요군에 의해 재구성되는 구조를 보였다.

상권 이용 구조에서도 계절성 완화와 소비 패턴의 고도화가 확인되었다. 편의점과 일반한식은 개장 여부와 관계없이 최상위 업종을 유지하며, 해수욕장 상권이 단기 성수기 의존형에서 벗어나 연중 기초 소비 기반을 갖춘 구조로 전환되고 있음을 보여준다. 또한 카페·서양음식·제과 등 업종이 안정적으로 상위권을 유지하며, 관광객 소비가 단순 식사 중심에서 미식·공간 경험 중심 소비로 확장되는 경향이 나타났다. 해수욕장별로는 경포가 문화·레저 소비 중심, 해운대가 식음료 중심의 도시형 상권, 대천이 식재료 구매와 자가 취사를 수반한 체류형 소비 구조를 보이며 지역별 기능 분화와 상권 특성 차별화가 뚜렷하게 나타났다.

이러한 분석 결과는 해수욕장 정책이 기존의 여름철 개장기 관리 중심에서 벗어나, 연중 이용을 전제로 한 공간 활용 및 수요관리 중심 체계로 전환되어야 함을 시사한다. 방문객 수는 여전히 성수기에 집중되는 반면, 체류시간과 소비는 계절과 관계없이 안정적으로 유지되는 구조가 확인된 만큼, 정책의 초점을 단순한 방문객 규모 관리에서 벗어나 체류 기반 이용과 소비 활성화로 전환할 필요가 있다. 이를 위해 비개장기를 포함한 계절별 기능 재설계를 통해 해수욕장을 산책·경관 감상·카페 및 식음 소비·해양치유·지역행사 등이 결합된 일상형 해양여가 공간으로 확장해야 한다. 특히 봄·가을철 친수형 여가 수요와 비개장기 중시니어 중심 이용 증가를 고려한 콘텐츠 및 프로그램 운영을 통해, 해수욕장의 이용 시기를 실질적으로 분산시키는 전략이 요구된다.

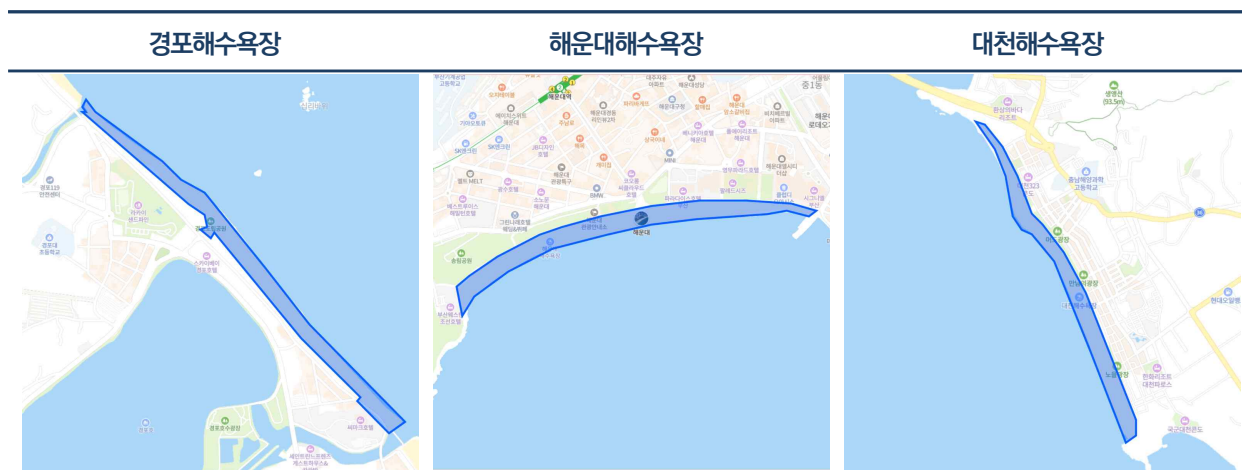
또한 해수욕장을 단일 시설이 아닌 지역 상권과 결합된 복합 소비거점으로 재정의하고, 입지·배후도시 규모·유입권역·소비구조 등 특성에 따라 도시형·체류형·광역유입형·생활권형 등 유형별 맞춤형 정책 체계를 구축할 필요가 있다. 경포의 문화·레저형, 해운대의 도심형 식음 상권, 대천의 체류형 소비 구조와 같이 해수욕장별 기능 차이가 뚜렷하게 나타나는 만큼, 획일적 관리에서 벗어나 차별화된 전략 적용이 중요하다. 아울러 통신 체류정보와 카드 소비데이터를 결합한 분석과 같이 체류·소비·유입구조를 통합적으로 파악할 수 있는 데이터 기반 상시 모니터링 체계를 구축함으로써, 해수욕장을 단순한 계절 관광지가 아니라 연안지역의 관광·소비·생활인구 흐름을 연결하는 핵심 정책 거점으로 활용해야 할 것이다.

# 가명정보 빅데이터 결합 해수욕장 이용행태 분석 개요

## ■ 해수욕장 분석 대상지 선정 기준 및 범위

- 대상적 범위: 해수욕장 이용객 수 기준 상위 10대 해수욕장 가운데, 연안의 지리적 위치 특성을 고려하여 동·서·남해안을 대표하는 해수욕장을 분석 대상지역으로 선정함. 이에 따라 경포해수욕장(동해), 해운대해수욕장(남해), 대천해수욕장(서해) 3개 해수욕장을 사례 대상으로 설정함
- 2024년 기준 전국 개장 해수욕장은 총 263개소이며, 개장기간 동안 약 4,100만 명이 이용한 것으로 나타남. 그러나 상위 10개 해수욕장이 전체 이용객의 약 71%를 차지하고 있어 이용객 집중도가 높으며, 정책적 관리와 분석 대상지로서 우선순위가 높은 것으로 판단됨
- 2024년 기준 해역별 방문객 수 1위 해수욕장은 동해는 경포해수욕장, 남해는 해운대해수욕장, 서해는 대천해수욕장으로 나타남
- 공간적 범위: 3개 해수욕장 위치 지역의 POI(관심지점, point of interest)를 설정하여 분석 대상 해수욕장의 공간적 범위를 정의함
- 해수욕장으로 간주할 수 있는 공간적 위치정보를 POI 기반으로 설정하고, 전국에 거주하는 이동통신 이용자 중 해당 해수욕장 위치 지역 외 거주자가 최근 12개월 동안 해당 위치에서 10분 이상 체류한 경우를 해수욕장 방문으로 간주하여 분석함

〈그림 1〉 해수욕장별 공간적 범위



자료: NICE지니데이터(주) 작성

- 시간적 범위: 해수욕장 개장시기 및 비개장시기를 포함하여 계절별 추이를 확인하고 해수욕장간 이용 현황을 비교할 수 있도록 2024년 1월~12월 기간을 분석함
- 해수욕장 개장/비개장 시기에 대한 시간적 범위는 3개 해수욕장별 개장기간에 따라 정의를 달리함

〈표 1〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 정의

구분		개장 및 비개장 기간	일자 수
경포해수욕장	개장	2024.06.29. ~ 2024.08.18.	51일
	비개장	개장 이외 기간	315일
해운대해수욕장	개장	2024.06.01. ~ 2024.08.31.	92일
	비개장	개장 이외 기간	274일
대천해수욕장	개장	2024.07.01. ~ 2024.08.20.	51일
	비개장	개장 이외 기간	315일

자료: 나이스지니데이터(주) 작성

- **활용 데이터:** 가명정보는 암호화 한 KEY를 활용하여 다른 종류의 데이터 중 동일한 대상의 여러 가지 정보를 가명처리 후 결합해 새로운 데이터셋을 생성하여 분석에 활용하는 것이므로 단일 빅데이터 분석의 한계를 벗어나 심층적·복합적 분석이 가능함
- 분석 활용 데이터 정의
  - 대상정보 : 비씨카드 고객 소비정보, LG유플러스 고객 체류 정보
  - 대상기간 : 2024.01.01.~2024.12.31. (총12개월)
  - 대상지역 : 경포, 해운대, 대천 해수욕장 위치 지역 POI
- ※ 서로 다른 두 정보 제공사의 공통 고객 중 해수욕장이 위치한 시군구 외 지역 거주자의 가명정보만을 결합하여 분석에 활용하였으며, 이에 따라 본 분석에 사용된 가명정보 결합데이터는 해수욕장 이용객 전체가 아닌 외부 유입 방문객을 대상으로 한 표본 데이터임
- 결합기관 : 금융결제원 (데이터전문기관)
- 결합데이터 레이아웃

〈표 2〉 결합데이터 활용정보

대상정보	비씨카드 소비정보	LG유플러스 체류정보
결합키	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성명, 성별, 생년월일</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성명, 성별, 생년월일</li> </ul>
활용정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기준년월일</li> <li>• 성별</li> <li>• 연령대(10세단위)</li> <li>• 결제지역 시도/시군구/행정동</li> <li>• 시간대(1시간단위)</li> <li>• 업종 중분류/소분류</li> <li>• 유실적점포수</li> <li>• 결제금액</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기준년월일</li> <li>• 성별</li> <li>• 연령대(10세단위)</li> <li>• 가구유형</li> <li>• 추정 거주지 행정동코드</li> <li>• 체류/숙박 Cell-ID</li> <li>• 시간대</li> <li>• 체류시간</li> <li>• 숙박여부</li> </ul>

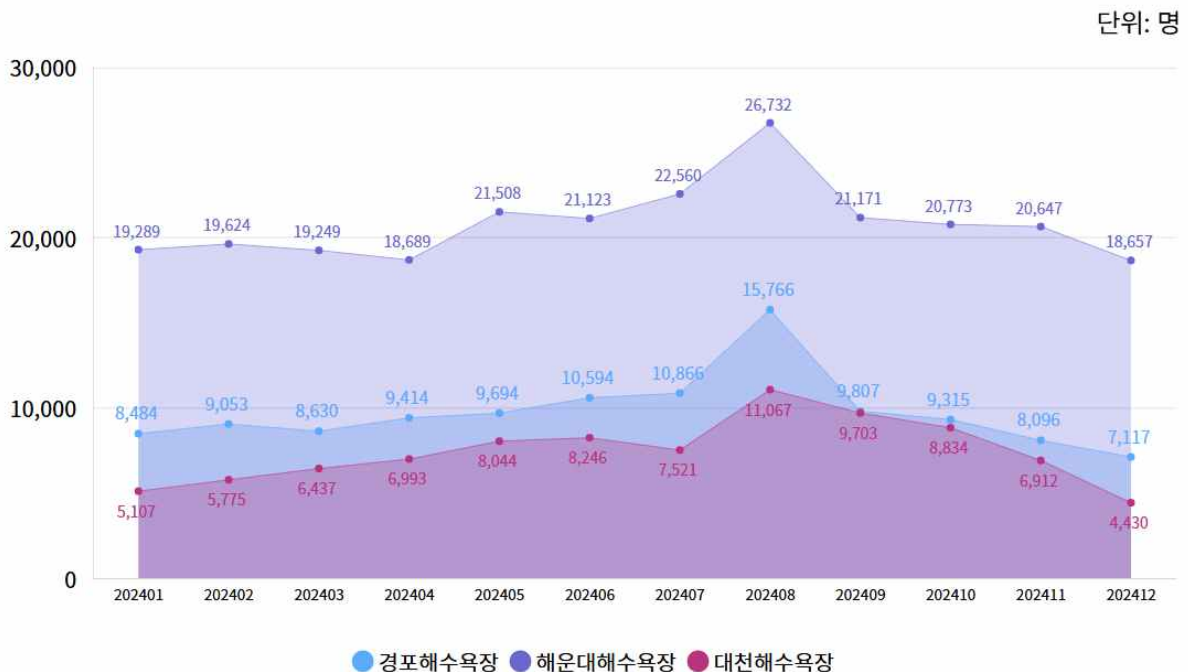
자료: 나이스지니데이터(주) 작성

## 해수욕장 방문객 연간 체류 및 소비행태 분석

### ■ 전통적 하계 관광지 특성 유지와 도시 연계형 해수욕장의 사계절화 경향 확대

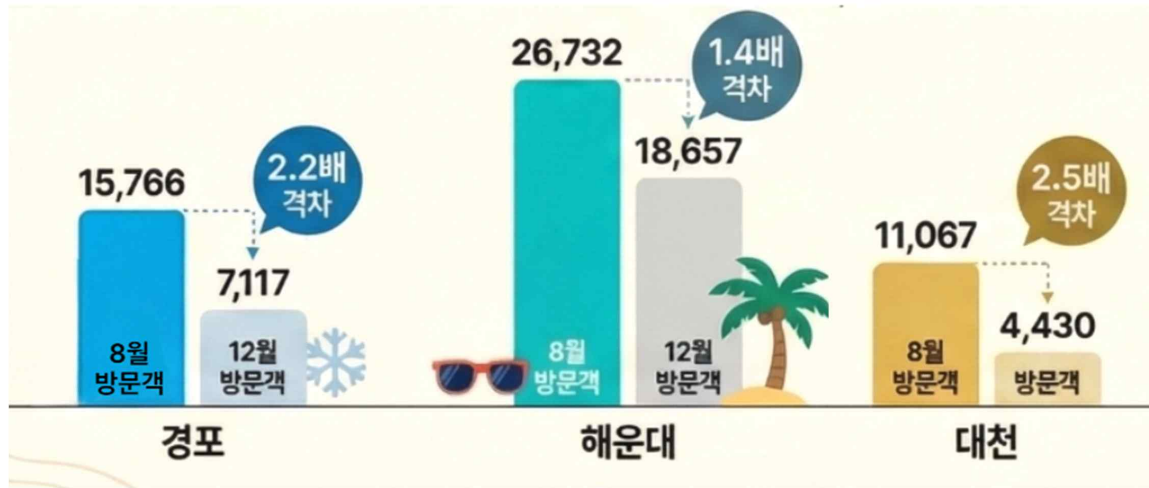
- 2024년 주요 해수욕장 방문객 추이 분석 결과, 8월 개장기에 수요가 집중되는 전통적인 '여름 관광지'로서의 특성은 여전히 유효한 것으로 나타남
- 동서·남해안을 대표하는 3개 해수욕장(경포, 해운대, 대천) 모두 8월에 연간 최대 방문객 수를 기록하며 정점을 형성함. 특히 8월 방문객 수는 비개장기인 12월 대비 경포 2.2배, 해운대 1.4배, 대천 2.5배 수준으로 나타나, 해수욕장 이용의 계절적 편중성이 여전히 존재함을 시사함
- 반면, 해운대해수욕장은 '해수욕장의 사계절 관광지화' 경향이 뚜렷하게 관찰되며 지역별 편차를 보임. 이는 해운대해수욕장의 경우 단순 물놀이 위주의 계절적 이용을 넘어 배후 도시 인프라와 연계된 상시적인 여가 공간으로 기능하고 있음을 의미함. 반면 경포와 대천은 상대적으로 계절에 따른 변동 폭이 커, 지리적 특성에 따른 이용 행태의 차별화된 접근이 필요한 것으로 분석됨

〈그림 2〉 2024년 3대 해수욕장 연간 방문객 수



자료: 한국관광데이터랩을 참고하여 한국해양수산개발원 작성

〈그림 3〉 3대 해수욕장의 겨울철과 여름철 방문객 수 격차(단위: 명)



자료: 한국관광데이터랩을 참고하여 한국해양수산개발원 작성

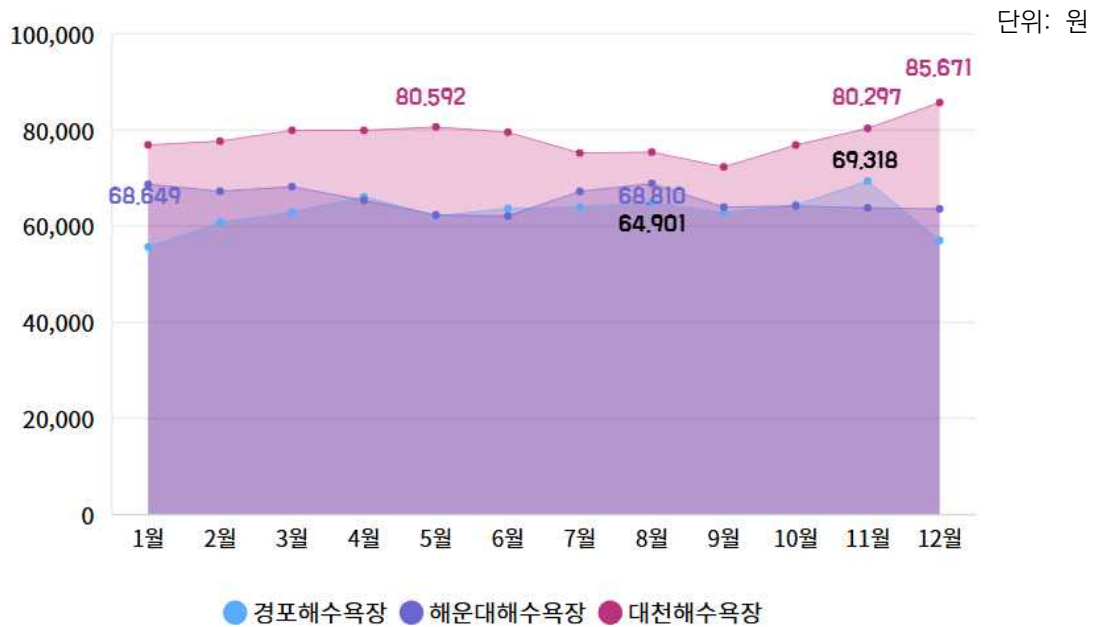
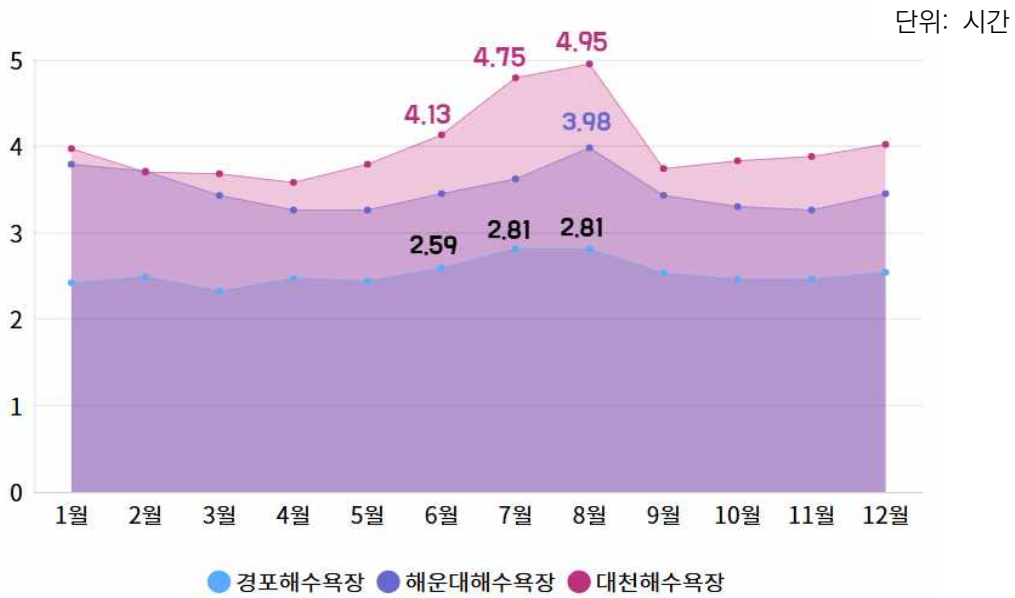
## ■ 해수욕장 이용 기간, '여름' 중심에서 '봄·가을철'로 실질적 확장

- 5~6월 및 9~10월의 방문객 규모가 동계 기간을 크게 상회하며, 해수욕장 이용이 여름철 공식 개장 시기에 한정되지 않고 봄·가을까지 확대되는 경향을 보임
- 2024년 데이터 분석 결과, 공식 개장 전후인 봄·가을철 방문객은 연간 전체 유입의 상당 부분을 차지하고 있음. 이는 해수욕장이 특정 기간(7~8월)에만 운영되는 공간이 아니라, 연중 방문객을 맞이하는 '상시적 해양 거점'으로 기능하고 있음을 시사함
- 기후 변화로 인한 기온 상승으로 야외 활동 가능 기간이 늘어난 것과 더불어, 해양치유·서핑·해변 산책 등 '입수(入水)' 위주의 활동에서 '친수(親水)' 중심의 비물놀이 레저 수요가 해당 시기에 집중된 결과로 해석됨

## ■ 개별 방문객의 체류 시간 및 소비 지출에 나타난 뚜렷한 탈(脫)계절적 이용 패턴

- 3개 해수욕장의 일별 1인당 체류 시간을 분석한 결과, 경포(2.3~2.8시간), 해운대(3.2~4.0시간), 대천(3.6~5.0시간) 모두 특정 계절에 국한되지 않는 안정적인 체류 패턴을 나타냄
- 특히 대천해수욕장은 비개장기인 12월에도 약 4.02시간의 높은 체류 시간을 기록하며, 여름 성수기(8월, 4.95시간)와 비교해도 현격한 차이 없이 공간 이용이 지속되고 있는 것으로 나타남
- 연중 1회 평균 소비 지출액은 경포 약 5.5~6.9만 원, 해운대 약 6.2~6.8만 원, 대천 약 7.2~8.5만 원 수준에서 형성됨. 이는 하계 휴가철에만 소비가 집중될 것이라는 일반적인 예상과 달리, 해수욕장 방문객의 경제적 기여가 연중 균일하게 발생하고 있음을 실증함

<그림 4> 해수욕장 방문객 1인당 1일 평균 체류시간 및 1회 평균 소비금액 변화



자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

## 통계 분석을 통한 방문객 유입 규모와 실제 이용 행태 간의 '낮은 연동성' 확인

- 변동계수(CV)<sup>2)</sup> 분석 결과, 방문객 유입의 '양적 규모'는 시기에 민감하게 반응하나 현장에서의 '질적 활동(체류·소비)'의 밀도는 연중 매우 안정적인 것으로 입증됨
- 월별 방문객 수의 변동계수는 최대 0.26으로 계절적 영향이 뚜렷한 반면, 1인당 소비 금액의 변동계수는 0.04~0.06 수준에 불과함. 이는 해수욕장 이용객 규모는 성수기에 집중되더라도, 방문객 개인이 체감하고 지출하는 활동의 깊이는 사계절 내내 균일화되었음을 의미함
- 특히 대천해수욕장은 방문객 집중도(상대기율기<sup>3)</sup>) 0.125가 높은 것과 대조적으로, 소비 금액의 성수기 효과는 부재(-0.022)한 것으로 분석되어 '인파 규모'와 '개별 소비 성향' 간의 비동기화 현상을 선명하게 보여줌
- 이는 여름철 인파 규모가 폭발적으로 증가함에도 불구하고, 정작 방문객 한 명이 지역 경제에 미치는 실질적인 기여도는 계절과 관계없이 사계절 내내 일정하게 유지되고 있음을 시사함. 결과적으로 해수욕장의 경제적 가치는 특정 시기의 '방문객 수'라는 양적 지표보다, '방문객의 체류 수준'이라는 질적 지표와 더 밀접한 연관이 있음을 실증함

〈표 3〉 연간 해수욕장 방문객 수요 지표간 변동 비교

지표	경포	해운대	대천	해석
체류시간	0.06	0.07	0.11	월별 변동 작음
소비금액	0.06	0.04	0.04	변동 거의 없음
구분	경포	해운대	대천	상대기율기 크기
방문객 수	0.162	0.076	0.125	매우 큼
체류시간	0.043	0.06	0.073	작음
소비금액	-0.023	0.025	-0.022	변동일관성 없음

자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

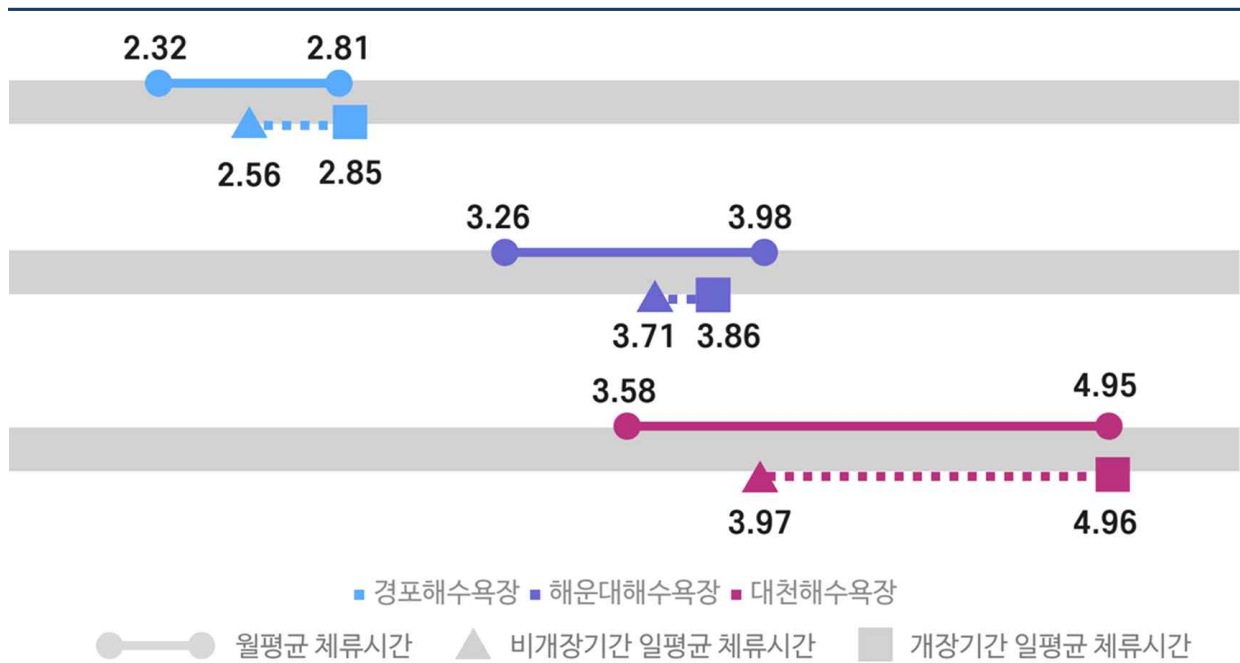
2) 변동계수(CV, Coefficient of Variation) : 단위와 무관하게 비교 가능, 숫자가 클수록 변동이 큼  
 3) 상대기율기 : 연간 최대치와 최소치 간 기율기를 값으로 정규화 한 지표, 클수록 최대치 의존도가 큼

## 해수욕장별 개장·비개장 시기 이용특성 비교 분석

### ■ 해수욕장 개장 시기 체류시간이 비개장 시기보다 높게 나타났으나, 체류시간 수준과 시기별 격차에는 해수욕장별 차이 확인

- 앞서 제시한 월평균 체류시간을 종합하면, 대천해수욕장이 3개 해수욕장 중 가장 긴 체류시간을 보이는 특징이 나타남
- 개장기와 비개장기 간 체류시간 차이는 대천해수욕장에서 가장 크게 나타났으며, 비개장기 3.97시간에서 개장기 4.96시간으로 약 1시간의 차이가 확인됨
- 반면 경포해수욕장과 해운대해수욕장은 개장 여부에 따른 체류시간 변화폭이 상대적으로 크지 않아, 시기별 체류 특성이 비교적 안정적인 것으로 보임

〈그림 5〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 방문객 체류시간

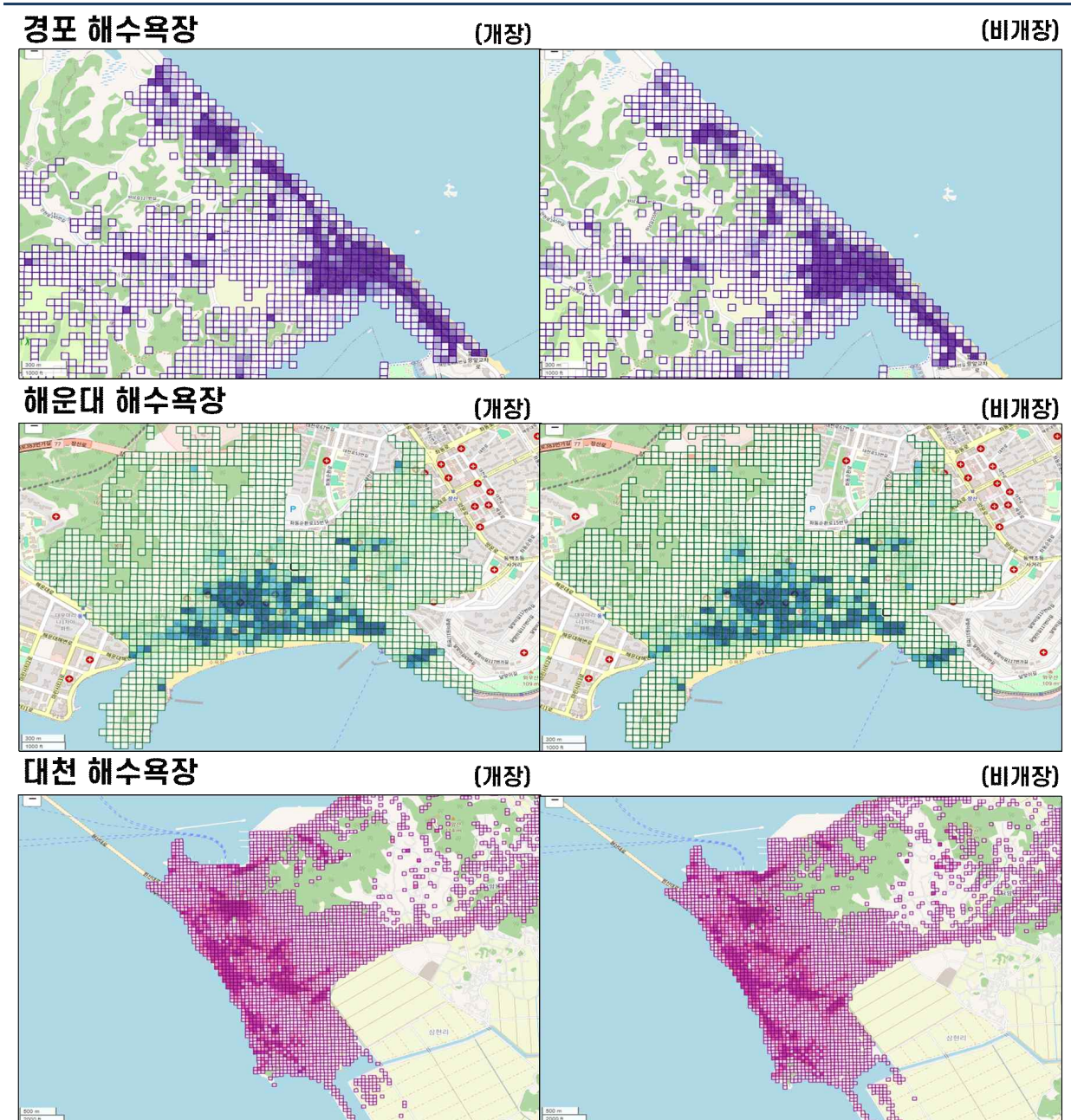


자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

- 가명정보 데이터를 활용하여 격자 단위의 방문객 빈도를 시각화하였을 때, 3개 해수욕장 모두에서 방문객 분포가 해변선과 주요 진입부를 따라 집중되는 경향이 확인됨
- 경포해수욕장은 개장 시기와 비개장 시기 모두 해변축을 따라 방문객이 분포하나, 특정 중심 구간과 연결축을 따라 상대적으로 높은 빈도의 격자가 나타나 방문이 선형적으로 집중되는 특성을 보임
- 해운대해수욕장은 해변 전면부를 따라 고빈도 격자가 넓게 분포하고 있으며, 특히 해변 중앙부를 중심으로 밀도가 높게 나타나 3개 해수욕장 중에서도 핵심 이용구간이 비교적 뚜렷하게 형성됨

- 대천해수욕장은 다른 해수욕장보다 넓은 범위에 걸쳐 방문객 빈도 격차가 분포하고 있어, 특정 지점 중심의 집중뿐 아니라 해수욕장 배후 및 주변 공간까지 이용범위가 비교적 광범위하게 분포함
- 개장 시기와 비개장 시기 모두 전반적인 공간적 분포 구조 자체는 크게 달라지지 않으며, 주로 기존에 방문이 집중되던 구간을 중심으로 빈도 수준의 차이가 나타남

〈그림 6〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 방문객 체류 분포

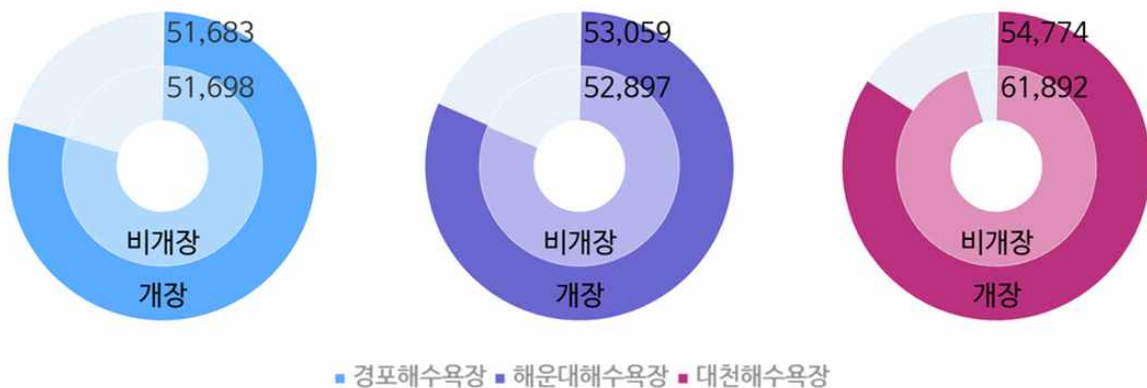


자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

## ■ 개장 시기와 비개장 시기의 1인당 평균 소비건수는 전반적으로 유사한 수준을 보였으나, 1인당 1회 평균 소비금액은 해수욕장별 차이 확인

- 개장 시기와 비개장 시기의 1인당 평균 소비건수는 경포해수욕장 1.6건과 1.5건, 해운대해수욕장 1.7건과 1.6건, 대천해수욕장 1.6건과 1.5건으로 나타나, 전반적으로 시기별 차이는 크지 않음
- 경포해수욕장의 1인당 1회평균 소비금액은 개장 시기 51,683원, 비개장 시기 51,698원, 해운대해수욕장은 개장 시기 53,059원, 비개장 시기 52,897원으로 나타나 두 해수욕장 모두 시기별 소비금액 차이가 거의 없음
- 반면 대천해수욕장은 개장 시기 54,774원, 비개장 시기 61,892원으로, 비개장 시기의 1인당 1회 평균 소비금액이 개장 시기보다 7,118원 높아 3개 해수욕장 가운데 가장 뚜렷한 차이를 보임
- 이는 비개장 시기에도 해수욕장 주변에서 이루어지는 활동과 상권 이용 양상에 따라 소비 특성과 규모가 다르게 나타날 수 있음을 의미함

〈그림 7〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 방문객 1인당 1회 평균 소비금액 (단위: 원)

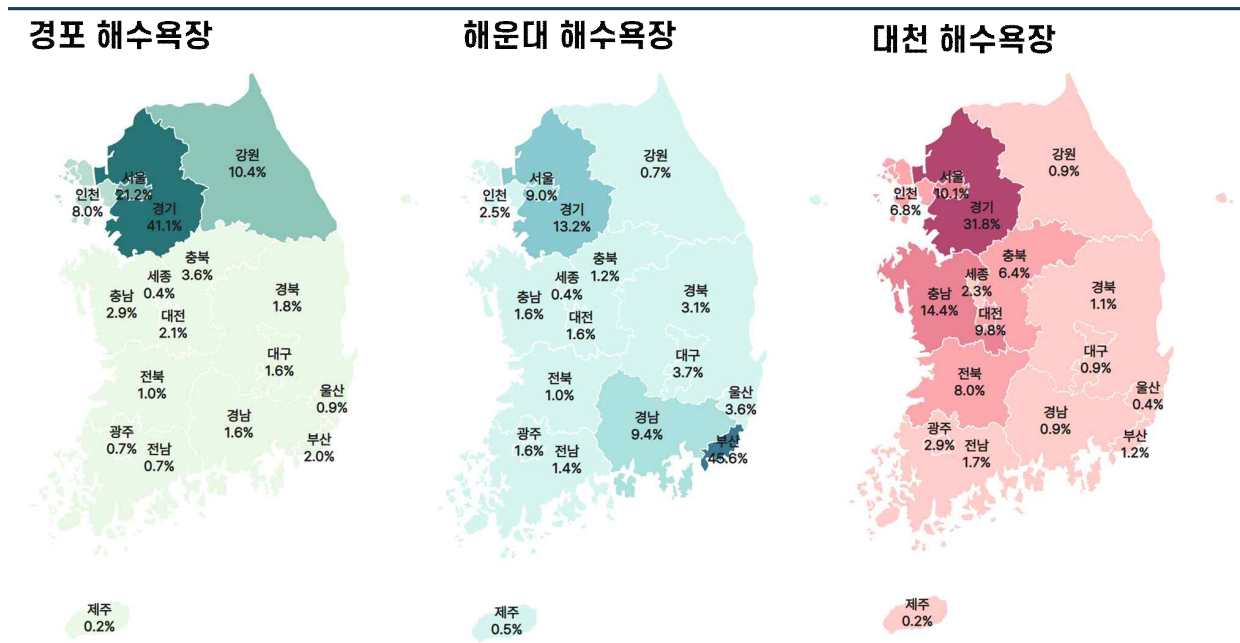


자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

■ 해수욕장별 주요 유입지역은 상이하나, 개장 시기와 비개장 시기 간 유입지역 분포의 공간적 구조는 대체로 유사하게 유지

- 경포해수욕장은 경기, 서울, 강원, 인천, 충북 거주 방문객 비중이 높게 나타났으며, 대구와 대전은 개장 시기 방문 비중이 상대적으로 커지고, 강원서울경기는 비개장 시기 방문 비중이 다소 높게 나타남
- 해운대해수욕장은 부산, 경기, 경남, 서울, 대구 거주 방문객 비중이 높은 것으로 분석되며, 부산은 개장 시기 방문 비중이 상대적으로 크고, 경남은 비개장 시기 방문 비중이 비교적 높게 나타남
- 대천해수욕장은 경기, 충남, 서울, 전북, 대전 거주 방문객 비중이 높게 나타났으며, 경기와 충남은 개장 시기 방문 비중이 상대적으로 크고, 충북대전전북은 비개장 시기 방문 비중이 다소 높게 나타남
- 이는 해수욕장별로 핵심 배후시장과 생활권 기반 유입구조는 연중 비교적 안정적으로 유지되면서도, 일부 지역에서는 개장 여부에 따라 방문 비중이 다르게 나타나는 특성이 함께 존재함을 보여줌

<그림 8> 해수욕장별 개장시기 방문객 유입지역 분포



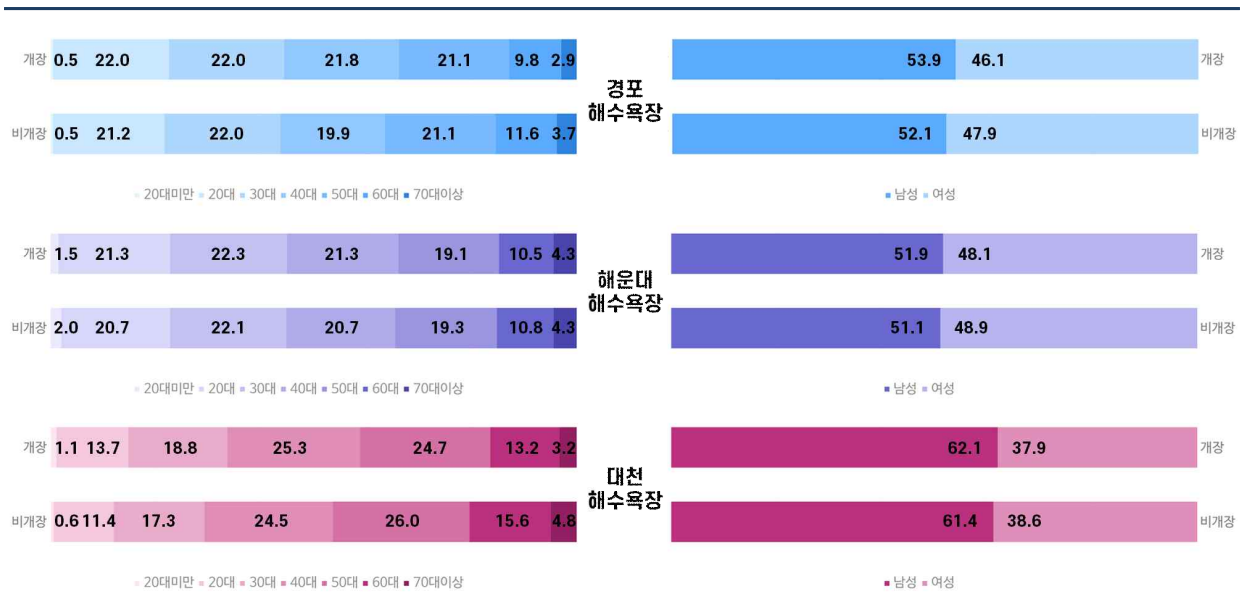
자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

■ 해수욕장 개장 시기와 비개장 시기의 성·연령별 유입구조를 비교한 결과, 전반적으로 성별 차이는 크지 않은 반면 연령대별 방문 시기 선호 차이 확인

- 경포해수욕장은 성별 비중이 개장 시기 남성 53.9%, 여성 46.1%, 비개장 시기 남성 52.1%, 여성 47.9%로 큰 차이가 없으며, 연령별로는 20~30대 비중이 대체로 유사한 가운데 40대는 개장 시기 21.8%, 비개장 시기 19.9%로 개장 시기 비중이 높고, 60대는 개장 시기 9.8%, 비개장 시기 11.6%로 비개장 시기 비중이 높게 나타남

- 해운대해수욕장은 성별 비중이 개장 시기 남성 51.9%, 여성 48.1%, 비개장 시기 남성 51.1%, 여성 48.9%로 유사하며, 연령별 비중도 20대 미만 1.5%에서 2.0%, 20대 21.3%에서 20.7%, 30대 22.3%에서 22.1%, 40대 21.3%에서 20.7%, 50대 19.1%에서 19.3% 등으로 나타나 전 연령대에서 개장 여부에 따른 큰 변화는 보이지 않음
- 대전해수욕장은 개장 시기 남성 62.1%, 여성 37.9%, 비개장 시기 남성 61.4%, 여성 38.6%로 나타나, 개장 여부와 관계없이 남성 방문객 비중이 여성보다 높게 유지되는 특징을 보임. 또한 연령별로는 20~40대가 개장 시기 비중이 상대적으로 높고, 50대 이상은 비개장 시기 비중이 더 높게 나타나 연령대별 방문 시기 차이가 존재함
- 방문객의 성별 구성은 개장 시기와 비개장 시기 모두 대체로 안정적이지만, 연령구조는 해수욕장별로 차이를 보이며, 특히 대전해수욕장에서 연령대별 방문 시기 선호가 상대적으로 뚜렷하게 나타나 성수기와 비성수기를 구분한 타겟형 콘텐츠 및 마케팅 전략 차별화가 중요함

〈그림 9〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 성/연령대별 방문객 유입 비중 비교 (단위: %)



자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

## ■ 가구유형별 유입구조는 자녀동반 가구의 개장 시기 방문 비중이 상대적으로 높고, 중년·시니어 가구는 비개장 시기 비중이 소폭 증가하는 경향

- 경포해수욕장은 개장 시기와 비개장 시기 모두 중년/자녀 동거 가구 비중이 가장 높으며, 39.9%에서 41.7%로 비개장 시기에 다소 높게 나타남. 반면 미취학 자녀 가구(7.4%→6.8%), 초등학교 자녀 가구(9.7%→8.0%), 중학교 자녀 가구(8.0%→6.9%)는 개장 시기 비중이 상대적으로 높고, 시니어 가구(5.0%→5.9%)는 비개장 시기 비중이 더 높게 나타남

- 해운대해수욕장도 중년/자녀 동거 가구 비중이 가장 높고 개장 시기 40.2%, 비개장 시기 41.0%로 큰 차이는 없으나 비개장 시기에 소폭 높음. 미취학 자녀 가구(7.4%→6.8%), 초등학교생 자녀 가구(9.6%→9.1%)는 개장 시기 비중이 조금 더 높고, 전체적으로는 시기별 차이가 크지 않음
- 대천해수욕장 역시 중년/자녀 동거 가구 비중이 가장 높게 유지되며 개장 시기 36.1%, 비개장 시기 36.6%로 나타남. 초등학교생 자녀 가구는 개장 시기 11.8%, 비개장 시기 10.1%로 개장 시기 비중이 더 높고, 시니어 가구(6.0%→7.7%), 중년 1인 가구(6.1%→6.7%), 중년 2인 가구(9.2%→9.5%)는 비개장 시기 비중이 더 높게 나타남
- 3개 해수욕장 모두 가족동반 수요가 기본적인 방문구조를 형성하는 가운데, 개장 시기에는 자녀동반 가구 비중이 상대적으로 높아지고 비개장 시기에는 중고연령층 중심 가구 비중이 다소 높아지는 경향이 확인됨
- 결과적으로, 해수욕장 이용은 가족동반 수요를 기반으로 하되, 시기별로 주요 수요층이 달라지는 구조를 보이고 있어, 개장 시기에는 자녀동반 가구 중심의 체험·놀이·편의시설을 강화하고, 비개장 시기에는 중시니어층을 대상으로 한 해양치유, 휴식, 정관 중심 콘텐츠를 확대하는 등 수요 맞춤형 운영 전략이 필요함

〈그림 10〉 해수욕장별 개장/비개장 시기 방문객 가구유형별 유입 비중 비교 (단위: %)

경포 해수욕장				(개장)				(비개장)					
중년/자녀 동거 가구 39.9	1인 가구 14.9	중학생 자녀 가구 8.0	미취학 자녀 가구 7.4	중년/자녀 동거 가구 41.7	1인 가구 15.0	중년 2인 가구 7.1	중학생 자녀 가구 6.9	초등학교생 자녀 가구 9.7	중년 2인 가구 6.9	중년 1인 가구 4.7	초등학교생 자녀 가구 8.0	미취학 자녀 가구 6.8	중년 1인 가구 5.0
		시니어 가구 5.0	2인 가구 3.6			시니어 가구 5.9	2인 가구 3.6						
	해운대 해수욕장				(개장)				(비개장)				
	중년/자녀 동거 가구 40.2	1인 가구 14.5	중학생 자녀 가구 7.8		미취학 자녀 가구 7.4	중년/자녀 동거 가구 41.0	1인 가구 14.3	중학생 자녀 가구 7.5	미취학 자녀 가구 6.8	초등학교생 자녀 가구 9.6	시니어 가구 6.5	중년 1인 가구 4.5	초등학교생 자녀 가구 9.1
중년 2인 가구 6.2			2인 가구 3.3	시니어 가구 6.6	2인 가구 3.4								
대천 해수욕장				(개장)				(비개장)					
중년/자녀 동거 가구 36.1		1인 가구 12.1	중년 2인 가구 9.2	중학생 자녀 가구 7.2	중년/자녀 동거 가구 36.6		1인 가구 12.0	중년 2인 가구 9.5	중학생 자녀 가구 8.3	초등학교생 자녀 가구 11.8	미취학 자녀 가구 6.8	중년 1인 가구 6.1	초등학교생 자녀 가구 10.1
	중년 1인 가구 6.1		2인 가구 3.1	시니어 가구 6.0		2인 가구 3.0		미취학 자녀 가구 6.2					

자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

# 해수욕장별 상권 이용업종 특성 분석

## ■ 주요 해수욕장의 개장과 비개장 시기의 소비 선호업종의 계절성 완화

- 주요 해수욕장의 개장 여부에 따른 상권 이용에는 큰 차이가 나타나지 않아, 해수욕장 이용의 계절 의존성이 완화되고 연중 이용 기반이 형성되고 있는 것으로 해석됨
- 대부분 해수욕장에서 편의점과 일반한식이 개장 여부와 관계없이 최상위권을 유지하고 있어, 해수욕장 상권이 여름 성수기 특수 상권에 머무르지 않고 연중 방문객 대상 기초 소비 기반이 구축되었음을 시사함
- 서양음식과 카페 등 주요 소비업종 역시 개장과 비개장 시기 간 순위 변동이 거의 없거나 미미한 수준으로, 해수욕장 이용객의 소비 행태가 미식과 공간 경험을 중시하는 보편적인 관광 패턴을 보였음

## ■ 해수욕장의 사계절 일상 관광지화에 따른 소비 업종 범위의 확장과 복합 소비거점화

- 주요 해수욕장의 상권은 계절적 한계를 극복하고, 일상적인 여가 활동이 이루어지는 생활 밀착형 관광지로서의 기능이 강화되고 있는 것으로 볼 수 있음
- 편의점과 슈퍼마켓 소비의 지속적인 상위권 점유가 눈에 띄며, 특히 대천해수욕장은 비개장 시기에 농축수산물 소비 순위가 오히려 상승하는 양상이 확인되면서(5위 → 3위) 주변 상권과 긴밀하게 연결됨을 시사함
- 티켓 서비스와 기타레저업이 비개장 시기에도 상위권(3~7위)을 차지하고 있는 점이 주목할만한데, 하절기에 편중된 레저스포츠 외에도 유료 문화 및 레저 소비가 연중 지속되는 여가·문화 소비의 상사회로 해석됨

〈그림 11〉 해수욕장별 개장 vs. 비개장 시기 방문객 선호업종 비교

순위	경포해수욕장		해운대해수욕장		대천해수욕장	
	개장	비개장	개장	비개장	개장	비개장
1위	편의점	편의점	일반한식	일반한식	편의점	편의점
2위	일반한식	일반한식	편의점	편의점	일반한식	일반한식
3위	티켓	티켓	서양음식	서양음식	카페	농축수산물
4위	서양음식	서양음식	카페	스낵	슈퍼마켓	카페
5위	카페	카페	스낵	카페	농축수산물	슈퍼마켓
6위	일식회집	일식회집	기타레저업	기타레저업	서양음식	일식회집
7위	스포츠레저용품	기타숙박업	기타음료식품	기타음료식품	기타레저업	기타레저업
8위	기타숙박업	기타음료식품	기타숙박업	기타숙박업	일식회집	서양음식
9위	기타음료식품	슈퍼마켓	티켓	제과점	기타숙박업	기타숙박업
10위	스낵	스낵	제과점	티켓	중국음식	기타음료식품

주: 업종별 결제단가가 상이해 매출규모는 업종 차이가 나타나므로 방문객 이용 선호는 결제대상자(방문객) 수를 기준으로 함  
 자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

## ■ 해수욕장 상권, 하절기 물놀이 중심 소비에서 일상적인 체류형 관광 소비 행태로 전환 중

- 여름을 제외한 전 계절에 해수욕장 방문객의 소비가 일정 규모 유지되었는데, 코로나 팬데믹 이후 계절과 무관하게 해수욕장 등 야외에서 시간을 보내는 사람이 증가하면서 성수기와 비수기 상권 매출의 폭이 감소하면서 계절성이 둔화하는 경향을 보임
- 특히 대부분 해수욕장에서 편의점과 일반한식이 계절과 상관없이 압도적인 최상위권을 유지했는데, 이는 해수욕장 방문이 여름 성수기의 물놀이 중심에서 일상적인 나들이 및 체류형 관광으로 변화했음을 시사함
- 과거 하절기 일시적 방문에 치중되었던 해수욕장 소비가 이제는 지역의 문화콘텐츠나 특산물 구매와 연계되면서 사계절 내내 지속되는 양상을 보임
- 이는 해수욕장이 단순한 경관 감상의 장소를 넘어 지역의 문화와 먹거리·상품을 상시 소비하는 복합적인 생활 관광 거점으로 기능하며, 방문객의 소비 목적이 점차 다변화되고 있음을 뒷받침함

## ■ 경포해수욕장은 문화, 해운대해수욕장은 식음료, 대천해수욕장은 체류형 소비 중심

- 경포해수욕장과 대천해수욕장은 일식회집이 전 계절 상위권(5~8위)을 유지하며, 지역 해산물을 기반으로 한 전통적 먹거리 소비 구조가 안정적으로 유지되고 있음
- 경포해수욕장은 티켓 업종이 전 계절 3위를 유지하면서 주변의 유료 관람 시설이나 문화 행사와 연계된 문화 지향적 소비가 활발하게 이루어지는 문화·레저 거점형 특성이 나타남
- 해운대해수욕장은 유일하게 일반한식이 편의점을 앞지르고 1위를 차지했으며, 서양음식, 스낵, 카페, 제과점 등 다양한 식음료 업종이 상위권을 형성하면서, 광역 도시권을 배후로 한 도심형 복합 상권 특성이 나타남
- 대천해수욕장은 농축수산품이 전 계절 3위를 기록하고, 슈퍼마켓도 전 계절 4~5위를 차지하면서 단순 방문을 넘어 식재료 구매나 지역특산물 쇼핑이 수반되는 체류형·생활형 관광지로서의 특성이 나타남
- 특히 대천해수욕장은 겨울철 주요 소비업종에 콘도가 포함된 점과 농축수산물 및 슈퍼마켓 소비가 함께 나타나는 특징을 보이며, 자가 취사형 체류 관광 수요가 일부 존재할 가능성을 보여줌

<그림 12> 경포해수욕장 계절별 주요 소비 업종

순위	경포해수욕장							
	봄		여름		가을		겨울	
	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수
1위	 편의점	3,363	 편의점	5,679	 편의점	3,459	 편의점	2,973
2위	 일반한식	1,998	 일반한식	3,030	 일반한식	2,127	 일반한식	1,687
3위	 티켓	889	 티켓	1,569	 티켓	912	 티켓	976
4위	 서양음식	752	 카페	1,148	 서양음식	756	 서양음식	641
5위	 일식회집	714	 서양음식	1,146	 카페	709	 카페	575
6위	 카페	703	 일식회집	1,095	 일식회집	633	 일식회집	528
7위	 기타숙박업	386	 기타숙박업	591	 기타숙박업	370	 기타숙박업	352
8위	 기타음료식품	293	 스모크레저용품	553	 기타음료식품	355	 기타음료식품	210
9위	 스모크레저용품	262	 기타음료식품	491	 슈퍼마켓	285	 슈퍼마켓	188
10위	 슈퍼마켓	230	 스낵	372	 스낵	202	 스낵	187

주: 업종별 결제단가가 상이해 매출규모는 업종 차이가 나타나므로 방문객 이용 선호는 결제대상자(방문객) 수를 기준으로 함  
자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

<그림 13> 해운대해수욕장 계절별 주요 소비 업종

순위	해운대해수욕장							
	봄		여름		가을		겨울	
	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수
1위	 일반한식	7,776	 일반한식	10,865	 일반한식	7,957	 일반한식	8,343
2위	 편의점	7,161	 편의점	10,562	 편의점	7,750	 편의점	7,742
3위	 서양음식	2,587	 서양음식	4,115	 서양음식	2,805	 서양음식	2,959
4위	 스낵	2,537	 카페	3,431	 카페	2,544	 스낵	2,846
5위	 카페	2,005	 스낵	3,354	 스낵	2,416	 기타레저업	2,256
6위	 기타레저업	1,424	 기타레저업	2,811	 기타레저업	1,877	 카페	2,093
7위	 기타음료식품	1,095	 기타음료식품	1,506	 기타음료식품	997	 기타음료식품	1,277
8위	 기타숙박업	958	 기타숙박업	1,300	 기타숙박업	904	 기타숙박업	1,054
9위	 제과점	826	 티켓	1,225	 제과점	874	 제과점	983
10위	 티켓	781	 제과점	1,185	 티켓	792	 티켓	892

주: 업종별 결제단가가 상이해 매출규모는 업종 차이가 나타나므로 방문객 이용 선호는 결제대상자(방문객) 수를 기준으로 함  
자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

〈그림 14〉 대천해수욕장 계절별 주요 소비 업종

순위	대천해수욕장							
	봄		여름		가을		겨울	
	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수	업종명	결제 인구수
1위	 편의점	5,169	 편의점	8,036	 편의점	6,294	 편의점	3,464
2위	 일반한식	3,570	 일반한식	4,816	 일반한식	3,989	 일반한식	2,595
3위	 농축수산물	2,080	 농축수산물	1,667	 농축수산물	2,182	 농축수산물	1,339
4위	 슈퍼마켓	1,028	 슈퍼마켓	1,572	 카페	1,270	 카페	761
5위	 카페	944	 카페	1,524	 슈퍼마켓	1,228	 슈퍼마켓	680
6위	 일식회집	789	 서양음식	1,088	 일식회집	831	 일식회집	522
7위	 서양음식	625	 기타레저업	1,041	 기타레저업	658	 기타레저업	499
8위	 기타숙박업	546	 일식회집	847	 서양음식	652	 서양음식	440
9위	 기타레저업	530	 기타숙박업	737	 기타숙박업	620	 기타숙박업	429
10위	 기타음료식품	287	 스낵	477	 스포츠레저용품	509	 콘도	221

주: 업종별 결제단가가 상이해 매출규모는 업종 차이가 나타나므로 방문객 이용 선호는 결제대상자(방문객) 수를 기준으로 함  
 자료: 나이스지니데이터(주) 참고하여 한국해양수산개발원 작성

## 해수욕장 정책의 새로운 방향

### ■ 여름철 관리 중심에서 연중 활용 중심으로 정책 전환 필요

- 해수욕장 방문객 수는 8월 성수기에 집중되지만, 방문객 1인당 체류시간과 1회 평균 소비금액은 계절에 따른 변동이 크지 않은 것으로 나타나, 해수욕장이 여전히 성수기형 이용 구조를 보이면서도, 실제 이용 행태와 소비는 점차 연중화되고 있음을 의미함
- 특히 변동계수 분석에서도 방문객 수에 비해 체류시간과 소비금액의 변동 폭이 작게 나타나, 해수욕장을 단순한 여름철 피서 공간이 아니라 사계절 해양여가소비 공간으로 접근해야 할 필요성이 확인됨
- 따라서 향후 해수욕장 정책은 개장기간 안전관리와 편의시설 운영에 집중된 기존 방식에서 벗어나, 비개장기 활용을 포함한 연중 운영 전략으로 전환될 필요가 있으며, 이를 위해서는 계절별 방문 수요를 고려하여 해수욕장을 산책, 경관감상, 카페 및 식음 소비, 여가활동, 지역행사와 연계되는 일상형 해양공간으로 재구성할 필요가 있음
- 결과적으로 해수욕장 정책의 기본 단위도 '개장기간 운영'이 아니라 연간 수요관리와 공간활용 관리로 확장되어야 함

## ■ 해수욕장을 단일 시설이 아닌 지역 상권과 결합된 복합 소비거점으로 인식 전환 필요

- 우리나라 3대 해수욕장 모두에서 편의점, 일반한식, 카페 등 기본 상권 업종의 이용이 계절과 관계없이 안정적으로 유지되고 있으며, 일부 해수욕장은 지역 특화 소비패턴도 나타남
- 예를 들어, 경포는 개장기에 스포츠·레저용품 소비가 증가하고, 해운대는 계절에 따른 업종 선호 차이가 크지 않으며, 대천은 비개장기에도 농축수산물 구매가 활발한 것으로 나타나, 이는 해수욕장이 단순한 체류공간이 아니라 주변 상권과 긴밀하게 결합된 소비거점임을 보여주고 있음
- 특히 대천해수욕장은 비개장기 1인당 1회 평균 소비금액이 개장기보다 높게 나타나, 해수욕장 상권이 반드시 여름 성수기에만 의존하는 구조가 아니라는 점을 보여주며, 이는 해수욕장 정책이 단순한 모래사장·편의시설 관리 정책이 아니라, 배후 상권과 지역경제를 함께 고려하는 공간경제 정책으로 발전해야 함을 시사함
- 이에 따라 해수욕장 정책 수립 시 주변 상권, 숙박, 식음, 지역 특산물, 레저업종 등을 함께 포함하는 해수욕장권역 단위 정책 설계가 필요

## ■ 획일적 운영방식에서 해수욕장 유형별 맞춤형 정책으로 전환 필요

- 3개 해수욕장은 체류시간, 소비 수준, 유입지역, 성·연령대, 가구유형, 계절별 업종 이용 특성에서 서로 다른 패턴을 보이고 있음
- 이러한 결과는 해수욕장을 일률적으로 동일한 정책 틀로 관리하는 방식에 한계가 있음을 보여주며, 향후에는 입지 특성, 배후도시 규모, 유입권역, 주요 소비업종, 가족형 수요 여부 등을 고려하여 도시형·광역유입형·체류형·생활권형 등으로 해수욕장을 유형화하고, 유형별로 차별화된 정책수단을 적용할 필요가 있음
- 예를 들어 도시형 해수욕장은 혼잡관리, 상시 프로그램 운영, 야간경제 활성화, 도시관광과의 연계 강화에 중점을 두고 관리할 수 있으며, 광역유입형 해수욕장은 교통 접근성 개선, 체류시간 확대, 숙박 연계 전략 강화 등을 중심으로 정책을 추진할 수 있음
- 또한 체류형 해수욕장은 장시간 체류 수요에 대응할 수 있도록 복합 편의시설과 레저 기능을 확충하고, 생활권형 해수욕장은 주민 이용과 관광 이용 간의 균형 있는 관리에 중점을 두는 방향으로 정책을 구체화할 수 있음
- 해수욕장 정책의 핵심은 전국 단위 평균 관리가 아니라, 해수욕장별 수요 구조와 소비 특성을 반영한 정밀 맞춤형 관리체계를 구축하는 데 있음

## ■ 해수욕장의 데이터 기반 상시 모니터링 체계 고도화 필요

- 이번 분석은 통신 체류정보와 카드 소비정보를 결합하여 해수욕장 방문객의 체류 및 소비 흐름을 동시에 파악했다는 점에서 의미가 크며, 이는 기존의 단순 이용객 수 집계만으로는 확인하기 어려웠던 체류시간, 소비수준, 유입권역, 방문객 구성, 상권 이용 특성까지 입체적으로 분석할 수 있음을 보여줌
- 향후 해수욕장 정책은 이러한 분석 방식을 일회성 연구에 그치지 않고, 상시 모니터링 기반 정책운영 체계로 제도화할 필요가 있음
- 구체적으로는 월별·계절별 방문객 변화 모니터링, 개장·비개장기 소비 변화 추적, 해수욕장별 유입권역 변화 관리, 가족단위·고연령층·청년층 등 주요 수요층 변화 분석, 상권 업종 구조 및 소비 집중도 점검 등을 지속적으로 관리할 수 있어야 함
- 이를 통해 해수욕장을 단순히 개장기간에만 관리하는 행정 대상이 아니라, 연안지역 관광·소비·생활인구 흐름을 보여주는 핵심 정책 데이터 거점으로 활용할 수 있으며, 궁극적으로 해수욕장 정책은 현장관리와 시설정비를 넘어, 데이터 기반의 수요 예측·혼잡 완화·상권 지원·투자 우선순위 설정까지 연결되는 방향으로 고도화되어야 함

## ■ 해수욕장 정책의 종합적 방향

- 해수욕장은 여전히 여름 성수기 방문객 집중 현상을 보이지만, 체류와 소비 측면에서는 이미 연중형·복합형 이용 구조로 전환되고 있음을 보여주고 있음
- 이에 따라 해수욕장 정책의 새로운 방향은 다음과 같이 정리할 수 있음

〈표 4〉 해수욕장 정책의 새로운 방향성

기존 정책 방향	새로운 정책 방향	주요 의미
성수기 관리 중심	연중 활용 중심	여름철 개장기 운영에 한정하지 않고 비개장기를 포함한 사계절 해양여가·관광공간으로 활용
시설 관리 중심	상권·지역경제 연계 중심	해수욕장 자체 시설 관리에서 나아가 주변 상권, 숙박, 식음, 특산물 소비 등 지역경제와 연계한 정책으로 확장
획일적 운영	해수욕장 유형별 맞춤형 운영	해수욕장의 입지, 유입권역, 체류 특성, 소비구조 등에 따라 도시형·체류형·광역유입형 등 차별화된 전략 적용
단순 방문객 집계 행정	데이터 기반 상시관리 체계	단순 방문객 수 집계에서 벗어나 체류시간, 소비행태, 유입지역, 방문객 특성 등을 지속적으로 분석·관리 하는 체계로 전환

자료: 저자 작성

- 향후 해수욕장은 단순한 여름철 관광지가 아니라, 연안지역의 소비와 체류, 생활인구와 관광 흐름을 연결하는 지역 해양관광 거점공간으로 재정립될 필요가 있음